

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

GOODWILL, AVALIAÇÃO E RECONHECIMENTO

ROMULO SOARES DA SILVA

FLORIANÓPOLIS – 2001

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

GOODWILL, AVALIAÇÃO E RECONHECIMENTO

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Departamento de Ciências Contábeis, do Centro Sócio-Econômico, da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Acadêmico: Romulo Soares da Silva

Orientador : Prof. Joisse Antonio Lorandi, M. Sc.

Florianópolis – SC, 2001

GOODWILL, AVALIAÇÃO E RECONHECIMENTO


Autor: Acadêmico **ROMULO SOARES DA SILVA**

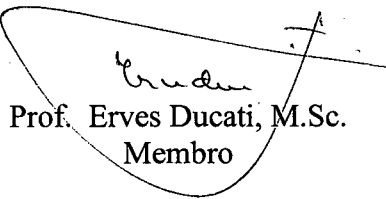
Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota média de 2,0 atribuída pela banca constituída pelos professores abaixo nominados.

Florianópolis, junho de 2001.


Prof. Luiz Felipe Ferreira, M.Sc.
Coordenador de Monografia do CCN

Professores que compuseram a banca:


Prof. Joisse Antonio Lorandi, M.Sc.
Presidente


Prof. Erves Ducati, M.Sc.
Membro


Prof. Luiz Felipe Ferreira, M.Sc.
Membro

AGRADECIMENTOS

A Deus, por tudo.

A Beatriz, pelo estímulo inexorável.

Aos meus pais, Antônio e Maria por não medirem esforços para que eu tivesse uma boa educação.

Ao meu Mestre e Orientador, Professor Joisse Antonio Lorandi, pelo valioso conhecimento, pela disposição, atenção e dedicação em todas às vezes que se fizeram necessárias durante a pesquisa.

Aos meus amigos, Carlos, Rodrigo, Marcia e Fernando, pelo apoio incondicional.

Aos meus colegas de curso que tanto contribuíram para minha formação acadêmica.

E por último, agradeço a todos que, peculiarmente, cooperaram na realização deste trabalho.

SUMÁRIO

RESUMO

vi

1.	INTRODUÇÃO.....	1
1.1	Carência de Informação.....	1
1.2	Problema.....	2
1.3	Objetivos.....	3
1.3.1	Objetivo Geral	3
1.3.2	Objetivos Específicos	3
1.4	Justificativa.....	3
1.5	Metodologia Aplicada	5
1.6	Organização do Estudo.....	5
2.	REVISÃO LITERÁRIA.....	6
2.1	Informação Contábil	6
2.2	Ativo	7
2.2.1	Formas de Avaliação de Ativos.....	8
2.2.2	Valor Econômico Agregado - EVA®	11
2.2.3	Ativos Intangíveis.....	15
2.3	Goodwill	17
2.3.1	A Origem	18
2.3.2	A Omissão do Goodwill Gerado	19
2.3.3	Objetividade x Relevância.....	21
2.3.4	Goodwill, Fundo de Comércio ou Aviamento ?.....	23
2.3.5	Tipos de Goodwill	24
2.3.6	Cálculo do Goodwill.....	26
2.3.7	Reconhecimento e Contabilização.....	31
3.	CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES.....	35
4.	BIBLIOGRAFIA	37

RESUMO

A situação atual nas empresas dos mais diversos ramos de atividade requer uma atualização constante a fim de prover informações relevantes e que atendam ao usuário de maneira completa.

O número cada vez maior de concorrentes obriga a revisão constante de metas e meios inerentes a realização destas. A consequência natural dessa preocupação e desse aperfeiçoamento está intimamente relacionado ao *Goodwill* visto que valoriza a empresa.

Parte integrante do valor da empresa e indicativo de sucesso e lucratividade, torna-se a cada dia mais necessário a pessoa detentora da tomada de decisão por parte da cúpula das empresas e também para investidores, que desejam aplicar seu dinheiro de forma rentável e segura.

Infelizmente ainda, a grande maioria dos empresários não sabe precisar o verdadeiro valor da própria empresa e certamente o *Goodwill* auxiliaria bastante nesse sentido.

Este trabalho é centrado nessa idéia, ou seja, procura por meio de estudo bibliográfico enaltecer a importância da informação "*Goodwill*" tanto para o usuário interno como para o externo, das informações contábeis.

Convém antecipar que o *Goodwill* tem características de ativo, porém não é reconhecido como tal pois não possui um valor que pode ser medido em bases confiáveis.

1. INTRODUÇÃO

1.1 Carência de Informação

Com a implementação do processo de globalização através do fim das fronteiras comerciais entre os países, tem ocorrido diversas alterações no âmbito empresarial. Novas tecnologias são implementadas com intuito de reduzir custos, aumentar a qualidade e eficiência dos produtos e/ou serviços, objetivando ampliar o mercado.

A obsolescência técnica na gestão da informação e na gestão administrativa não mais é tolerada pois a concorrência é cada vez maior e a desatualização dos profissionais responsáveis pela tomada de decisão pode por em risco o futuro das empresas.

O nível de excelência alcançado pelas empresas no controle de gastos e custos não mais é quesito único para o alcance de uma estabilidade comercial. A concorrência estimula a constante revisão dos rumos e estratégias para que, nesse ambiente competitivo, se tenha uma organização eficaz, atenta a mudanças e tendências.

O *Goodwill*, como parte do valor de uma empresa não é constante, existe uma oscilação nesse montante que pode, por exemplo, ser o resultado de um investimento diferenciado na logística, fator que sem dúvida agrega valor ao seu patrimônio, perfazendo dessa forma, com que haja um incremento no valor total dos ativos da empresa e a consequência dessa realidade vem fazendo com que os acionistas e empresários se questionem sobre o quanto vale o *Goodwill* e por conseguinte, os ativos intangíveis.

Frente a essa questão, há de se conjecturar sobre os ativos pertencentes à empresa, que não estão inclusos no Balanço Patrimonial por não serem de fácil e precisa mensuração, ou seja, uma parcela do *Goodwill* (o *Goodwill* criado), visto que não constitui fator único na avaliação de uma empresa o valor de seu patrimônio e sim a capacidade de gerar capital.

Tema discutido no meio contábil e fonte de controvérsias, por ser um intangível de difícil avaliação, é um ativo que pode ter seu valor aproximado através de fórmulas matemáticas, como por exemplo a “Fórmula de Pellegrino e Martins”, o “Método do Valor Presente Líquido” e o “Método do Excesso de Rendimento”.

Em sendo assim, o tema do presente trabalho é abordar aspectos quanto ao reconhecimento e a contabilização do *Goodwill*.

1.2 Problema

Cada empresa tem suas peculiaridades, que devem ser analisadas e testadas a fim de propiciar uma longa vida operacional, objetivando invariavelmente a continuidade e a prosperidade da empresa.

Por exemplo, numa empresa que tenha todo seu capital dividido em forma de ações, certamente o valor negociado (montante) será diferente do valor atual do patrimônio. Esse valor pode ser superior ou inferior dependendo de diversos aspectos próprios do mercado tais como: perspectivas de lucros, valor patrimonial, preços ou cotações em Bolsa, tendências de mercado, etc.

Segundo uma pesquisa apresentada pela revista Exame (03 de julho de 1996, p. 52), 60% dos executivos brasileiros não sabem quanto vale a empresa na qual trabalham.

MONOBE (1986, p. 6) escreve com propriedade, que “os dados preditivos tornam-se mais importantes na medida em que há uma preocupação crescente, tanto dos usuários internos como externos, com as expectativas futuras relativamente às empresas, desfrutando de maior vantagem aqueles que antecipam decisões por melhor ‘enxergarem’ o futuro”.

O *Goodwill* representa parte do valor de uma empresa e a capacidade de avaliar essa quantia é uma das informações mais importantes que o diretor, o presidente ou o investidor de uma empresa precisam saber.

Dessa forma, o problema fundamental deste trabalho funda-se em considerar o *Goodwill* como parte integrante do patrimônio de uma empresa.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

O presente trabalho tem por objetivo geral, abordar o *Goodwill* como um componente de avaliação no valor de uma empresa. Para tanto, procura observar alguns aspectos relacionados ao tipo de informação que consta das demonstrações contábeis, almejando evidenciar a relevância da presença do *Goodwill* nas demonstrações contábeis.

1.3.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos deste trabalho consistem em:

- 1) Apresentar e conceituar o *Goodwill*;
- 2) Listar algumas das formas existentes para seu cálculo;
- 3) Elencar tópicos que apresentem fatores importantes à apresentação e evidenciação do *Goodwill* nas demonstrações contábeis.

1.4 Justificativa

Todas as empresas de capital aberto são obrigadas a confeccionarem suas demonstrações contábeis, ao menos no final de seu exercício social, e como se sabe, o Balanço Patrimonial serve de base para que se tenha noção do valor do Patrimônio (entenda-se bens, direitos e obrigações) das empresas. Por outro lado, a Bolsa de Valores, tem movimentação diária e com diversas cotações em cada dia, dessa forma o valor (base para negociação) é mais fidedigno do que aquele do Balanço Patrimonial já que a cotação é a base de negociação das ações das empresas com o capital aberto. Como pôde-se notar, nem foi necessário mencionar o *Goodwill* a fim de observar a ausência de *informação* nas demonstrações contábeis.

Diante desse fato, sabe-se de antemão que o Balanço Patrimonial não pode servir como base única para a avaliação do real valor de uma empresa pois os valores averiguados

podem conter omissões relevantes ao cálculo do montante final, ou seja, do valor que seria movimentado com sua venda.

O Balanço Patrimonial mostra o saldo das contas contábeis de uma empresa em um momento estático e dessa forma, omite informações relevantes aos acionistas e ao próprio contador que se vê obrigado a implementar outros métodos para obter uma informação mais precisa.

Outrossim, as Demonstrações Contábeis tendem a enfatizar medidas objetivas de valor e conseqüentemente trata-se a empresa como um aglomerado de bens, direitos e obrigações. Tomando por base a atual legislação que praticamente abrange somente os bens tangíveis nota-se que foge ao seu escopo o real e talvez o mais precioso bem que algumas empresas possuem que são justamente os ativos intangíveis, já que estes não são plenamente abordados, principalmente nos dias de hoje em que o capital intelectual está inserido em vários ramos.

Evidentemente não se faz idéia de qual montante de renda será auferido pela empresa devido única e exclusivamente a sua marca ou, o valor exato da reputação que a empresa tem perante seus clientes e fornecedores e muito menos de quanto vale a satisfação que os clientes têm em desfrutar das mercadorias da empresa. Fatores tão subjetivos quanto estes e outros como tendências de mercado e credibilidade, dificultam de forma acentuada a correta mensuração dos ativos da empresa.

Infelizmente, hoje a Contabilidade Financeira, voltada para o usuário externo, está privada dessas informações pois nem todos os contadores têm acesso a essas estimativas que são fundamentais ao bom gerenciamento e análise dos dados contábeis que compõem as empresas, o que não impede sua mensuração pela Contabilidade Gerencial voltada para o usuário interno. Dessa forma, os contadores ficam inibidos de exercer plenamente a sua função de abranger toda informação acerca do patrimônio das entidades, além de mostrar seu conhecimento sobre estimativas, pesquisas, índices de satisfação, etc.

A cada dia torna-se mais importante saber qual o valor mais exato possível dos ativos intangíveis de uma empresa, visto que é de grande importância para a tomada de decisão. Os resultados obtidos são utilizados nas empresas para análises estatísticas objetivando a evidenciação de várias relações, além de agir, também como ferramenta prática para a correta administração da companhia no caso de negociação total ou parcial da empresa.

Existem diversas incógnitas relacionadas ao *Goodwill*. Todas têm sua relevância e cabe ao Contador, como possuidor do conhecimento e das informações, apreender o máximo possível a respeito de todos os fatos inerentes ao patrimônio. Em virtude do exposto, procura-

se iniciar um estudo de alguns dos reflexos do *Goodwill* nas empresas, principalmente no que refere a importância da sua contabilização.

1.5 Metodologia Aplicada

A maneira adotada para resolução do problema proposto por este trabalho é a pesquisa bibliográfica que busca o conhecimento através da exploração das informações relevantes.

MARCONI e LAKATOS (1990, p. 15) definem pesquisa bibliográfica como:

...abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão. Sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferências seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas.

Como citado acima, a presente monografia fundamentar-se-á a partir da coleta de material pertinente ao assunto objetivando verificar o que há documentado que seja relevante ao tema.

1.6 Organização do Estudo

No intuito de alcançar os objetivos propostos, a presente monografia está dividida em dois capítulos, segregados da seguinte maneira:

O primeiro é constituído pela introdução, subdividido em considerações iniciais, problema, objetivos, justificativa, metodologia e organização do presente estudo onde são abordados os tópicos iniciais que deram origem aos questionamentos sugeridos por esta monografia.

No segundo capítulo são vislumbrados os conceitos de diversos autores a respeito do tema, que para uma maior organização foram subdivididos em itens a saber: Considerações iniciais, conceitos de ativo bem como formas para sua avaliação, noção do Valor Econômico Agregado e Ativos Intangíveis. Em seguida, aborda o *Goodwill* propriamente dito, explicitando sua origem, tipos de *Goodwill*, maneiras para cálculo e seu reconhecimento.

O trabalho encerra expondo a conclusão e recomendações para futuros trabalhos, bem como o elenco das obras consultadas.

2. REVISÃO LITERÁRIA

2.1 Informação Contábil

O dinamismo que a economia mundial atravessa com a evolução gerencial, tem trazido ameaça a sobrevivência das empresas, mesmo para aquelas tidas como inexpugnáveis, seja pela perda da atualidade (obsolescência técnica e estética de seus produtos), com lançamento de produtos melhores e mais baratos, seja pelas concorrentes já utilizarem novos métodos, conceitos e equipamentos que permitem uma maior eficiência para o nível de qualidade e tecnologia exigido pelo mercado. Esta realidade, vem obrigando que a alta administração de empresas de todo o mundo invista em programas e estratégias ágeis e suficientes para garantir a sua sobrevivência, transformando a ameaça em uma oportunidade para crescimento.

À Contabilidade, cabe a árdua tarefa de informar, abrangendo todo o patrimônio de maneira eficaz, produzindo informações suficientes ao desejo do usuário desta. Também está incumbida a Contabilidade a observância de alguns preceitos, acatando sempre os princípios e postulados geralmente aceitos. Porém, essas diretrizes impedem que a completitude de informação que a Contabilidade tem capacidade, seja evidenciada prejudicando assim a decisão do usuário da informação. O *Goodwill*, como exemplo desta omissão, não é evidenciado nas Demonstrações Contábeis pois a carga de objetividade exigida para reconhecer um ativo não é suficiente no conceito deste intangível. A esse respeito, a Ciência Contábil reconhece nos dias atuais o *Goodwill*, no caso do Brasil, como ágio.

De fato, há um progresso nesse sentido, o que não pode ser confundido com negligência, em galgar formas diferenciadas a fim de perceber mais claramente o *Goodwill*.

2.2 Ativo

SPROUSE e MOONITZ (*apud* IUDÍCIBUS 1987, p. 103) em atenção à definição de Ativo, define-o como sendo aqueles que “representam benefícios futuros esperados, direitos que foram adquiridos pela entidade como resultado de alguma transação corrente ou passada”... Mais adiante complementa “Ativos podem ser constituídos como resultado do esforço da pesquisa da empresa, de natureza contínua, pela organização excelente e por fatores intangíveis não necessariamente ligados a transações com o mundo exterior”.

Sabidamente, os autores se preocuparam em abarcar o maior alcance possível, desvinculando o conceito de ativo a um bem corpóreo, característica que atende as pretensões de uma definição essencial à Contabilidade.

A alusão de benefícios futuros esperados abrange a importância de todas as vantagens provenientes da política adotada pela empresa, bem como a relevante possibilidade de enquadramento do *Goodwill*, haja vista que este compõe parte integrante do ativo da empresa e reflete em benefício direto nas vendas e conseqüentemente no faturamento desta.

A definição de MARION (1989, p. 53), se distingue, dando destaque a idéia de propriedade, como segue: “O ativo são todos os bens e direitos de propriedade da empresa, mensurável monetariamente, que representam benefícios presentes ou benefícios futuros para a empresa”.

De forma diferente desta última, a atenção dada na citação de Iudícibus no fragmento supra, eleva a importância da pesquisa continuada em novos produtos, novos mercados e no aperfeiçoamento de maneira geral, mas sobretudo na análise da situação econômico-financeira da empresa, bem como dos métodos gerenciais imprescindíveis ao alcance de uma meta promissora.

O IASC (International Accounting Standard Committee) (1996, p. 54) define ativo como sendo “um recurso controlado pela empresa resultante de eventos passados e do qual se espera que benefícios econômicos futuros fluam para a empresa”.

IUDÍCIBUS (1987, p. 104) aponta como características do ativo as seguintes:

- 1 – o ativo deve ser considerado à luz da sua propriedade e, apenas subsidiariamente, à luz de sua posse; normalmente as duas condições virão juntas;
- 2 – precisa estar incluído no ativo, em seu bojo, algum direito específico a benefícios futuros (por exemplo, a proteção à cobertura de sinistro, como direito em contraprestação ao prêmio de seguro pago pela empresa) ou, em sentido mais amplo, o elemento precisa apresentar uma potencialidade de serviços futuros (fluxos de caixa futuros) para a entidade;

3 – o direito precisa ser exclusivo da entidade; por exemplo, o direito de transportar a mercadoria da entidade por uma via expressa, embora benefício, não é ativo, pois é geral, não sendo exclusivo da entidade.

Dentre as características elencadas, todas são unânimes no tocante a benefícios futuros almejados, dessa forma, têm-se uma constante que procura de maneira contínua agregar valor à empresa como resultado preponderante. Em se tratando de futuro, nenhum benefício vindouro pode ser precisado de maneira inequívoca.

Tanto contas a receber quanto o *Goodwill* são, de certa forma incorpóreos. Acontece que um é contabilizado normalmente (por ter uma objetividade deveras maior) e outro não e essa é, sem dúvida, um motivo cabal para que a Contabilidade continue se aprimorando cada vez mais a fim de encontrar objetividade suficiente para o reconhecimento e a contabilização do *Goodwill*.

O IBRACON (1998, p. 47) mostra no item 89 os critérios para o reconhecimento de um ativo: “Um ativo é reconhecido no balanço quando é provável que a empresa venha a receber dele benefícios econômicos futuros e o ativo tem um custo ou valor que possa ser medido em bases confiáveis”.

O *Goodwill*, como se verificará adiante possui características necessárias para a sua definição como ativo. Sabidamente é um forte indicador de valor agregado para a empresa, indicando se esta tem ou não uma posição favorável em relação as outras do mesmo ramo.

Pode-se dizer que o *Goodwill* é um ativo, visto que tem as características de ativo, pois gera benefícios econômicos futuros, porém não é evidenciado nem reconhecido como tal pois não tem um valor com uma base sólida e bem definida para sua valoração.

2.2.1 Formas de Avaliação de Ativos

Avaliar significa “dar valor”, “determinar a valia de” e na Contabilidade a avaliação é a atribuição de valores aos diversos ativos e passivos da empresa.

HENDRIKSEN (1999, p. 304) denota que o processo de mensuração também se dá em termos não monetários: “Não deve ser esquecido que dados não monetários, como capacidade de produção em toneladas ou número de operários, podem muitas vezes ser relevantes para certas predições e para a tomada de decisões.”

Com base nessas e noutras informações, o tomador de decisão pode obter subterfúgios suficientes para concretizar uma decisão importante ao perfeito andamento operacional da

entidade.

Conforme IUDÍCIBUS (1987, p. 113) “os valores de entrada são mais adequados do que os valores de saída como base geral de avaliação do ativo, pois podem representar o valor máximo para a empresa ou por que muitas vezes não existe um mercado para valores de venda.”

Adiante relata que os valores de entrada são mais objetivos que os de saída e que a bem da verdade, as abordagens reais à avaliação são diversas, intercalando valores de entrada e de saída, embora predominem, de fato, os de entrada.

Os principais modos de avaliação a valor de entrada são :

Custo histórico

Com grande margem, este é o mais utilizado. De acordo com IUDÍCIBUS (1987, p. 113), o custo histórico chega a ser confundido como uma base de valor. Um fator importante para a adoção do custo histórico é a sua possível aderência, no momento da aquisição, para expressar os potenciais de serviços futuros, para a empresa, do ativo que está sendo adquirido, isto é, os ativos devem ser avaliados pela sua capacidade de gerar benefícios futuros no momento da aquisição e o valor que mais se aproxima desse benefício é o custo histórico.

Na avaliação dos itens dificilmente mensuráveis, é a grande objetividade encontrada no momento da aquisição do bem, já que representa o dispêndio real concebido no momento da compra, para manifestar a possibilidade de se rastrear no futuro, o quanto foi onerado no momento passado. Essa rastreabilidade também possibilita a capacidade de comparação entre duas ou mais empresas distintas e constitui importante ferramenta gerencial.

Outrossim o custo histórico representa fielmente o valor gasto, independente do que foi comprado. Tem-se precisamente a quantia que representa a aquisição; por exemplo, se foi um ponto de venda o objeto da compra, sabe-se quanto valem as benfeitorias e quanto foi pago pelo *Goodwill*, precisamente.

HENDRIKSEN (*apud* IUDÍCIBUS, 1987 p. 113) mostra que uma das mais fortes razões da adoção generalizada do custo histórico tem sido sua estreita relação com o conceito de realização da receita na mensuração do lucro. O lucro baseado em valores históricos é totalmente realizado, tanto na parte operacional quanto na dos ganhos.

Apesar disso, existem diversas desvantagens na utilização do custo histórico. Usá-lo é considerar que os ativos, depois de adquiridos, não alteram mais seu valor patrimonial, fica

um bem estagnado na empresa, desconsiderando o potencial de serviços de cada ativo. Também não permite que se reconheça perdas e ganhos quando real e economicamente acontecem, e sim quando são realizados.

Custos correntes de reposição

IUDÍCIBUS (1987, p. 114) denota que:

Em sentido mais rigoroso, o custo corrente de um ativo, hoje, no estado em que se encontra, seria o somatório dos custos correntes dos insumos contidos em um bem igual ao originariamente adquirido menos sua depreciação. O custo corrente de um ativo, procura, assim, representar a avaliação, a preços correntes, do mesmo ativo adquirido há mais tempo.

O custo corrente de reposição procura evidenciar a todo momento o real valor do ativo. Dessa forma, o custo corrente tem valor idêntico ao custo histórico quando da aquisição do ativo e pode ter seu valor alterado a medida que os preços se alteram.

Adiante, Iudícibus completa abordando o valor a ser demonstrado:

Quando a taxa de mudança tecnológica é acentuada em determinado ramo, fica difícil reproduzir os valores correntes dos ativos assim definidos, pois estes já se diferenciam sensivelmente dos antigos quanto às características técnicas e de produtividade. Todavia, desde que os novos ativos prestam 'serviços equivalentes' aos antigos, podem-se obter aproximações. Mas, freqüentemente, o valor dos benefícios a serem obtidos com o novo ativo não é igual ao valor da reposição do ativo antigo.

No caso de uma empresa que dependa significativamente de processamento de dados, por exemplo, os ativos que são os microcomputadores não são fáceis de se avaliar, como o ilustre mestre coloca. Visto que a cada dia surgem novos equipamentos com poder de processamento de informações inúmeras vezes maior que o presente na empresa, o que faz com que se perca o parâmetro da comparabilidade, ainda mais quando se nota que o poder de processamento tem seu valor proporcional diminuído. Ou seja, cada vez custa menos processar mais informações pois os computadores, cada vez mais potentes, estão se tornando mais acessíveis pela queda de seu preço.

As vantagens da utilização do custo corrente de reposição são evidentes pois há uma maior informação ao usuário, já que este tem por base um dado mais atualizado do que se vislumbrasse o custo histórico.

De forma similar, sentir-se-ia alguém com intenção de adquirir a empresa, no todo ou em parte. A informação antiquada tem pouca serventia a quem precisa de agilidade e da informação certa no momento exato.

Custo corrente corrigido pelas variações do poder aquisitivo da moeda

Segundo IUDÍCIBUS (1987, p. 116)

É talvez o mais completo conceito de avaliação de ativos a valores de entrada, pois combina as vantagens do custo corrente com as do custo histórico corrigido. Os ativos são basicamente avaliados em determinada data a valores correntes de reposição. Em uma data posterior, os ativos da mesma entidade são também avaliados a custos correntes de reposição, naquela data.

Há de se acurar em épocas onde existe perda do poder aquisitivo da moeda pois então perder-se-ia comparabilidade entre as duas datas. Por exemplo, um automóvel custava \$100 em x0 e passou a custar \$110 em x1, não por um aumento no preço do carro e sim pelo reajuste devido a perda de poder aquisitivo da moeda. Na referida avaliação, ter-se-ia que desconsiderar os \$10 referentes ao reajuste e sim, apurar o quanto passou a ser o valor do automóvel.

Estaria-se comparando um mesmo automóvel que tem preços diferentes (supondo a compra de um 0 Km) pois a inflação fez com que o referido preço sofresse um reajuste e nesse caso, precisa-se expurgar a inflação compreendida entre esses períodos a fim de anular a possibilidade de perda de comparabilidade por essa causa.

2.2.2 Valor Econômico Agregado - EVA[®]

Quase tão importante quanto saber avaliar um ativo é saber o desempenho que esse(s) ativo provém para a empresa. Em se tratando de *Goodwill*, todo e qualquer fato que tenha por objetivo agregar valor à empresa deve ser considerado positivo visto que tende a aumentar o *Goodwill* e conseqüentemente o valor da empresa.

Os investidores que aplicam seus recursos na empresa esperam que ele seja bem administrado e que lhes tragam um retorno satisfatório, pelo menos superior ao que seria ganho se esses recursos fossem aplicados no setor financeiro, como uma caderneta de poupança, por exemplo.

Para avaliar este retorno foi criado o EVA[®] (*Economic Value Added*), ou Valor Econômico Agregado, que basicamente mensura qual a real lucratividade do negócio, estabelecendo um comparativo entre o lucro líquido da entidade e o custo total do capital investido na empresa.

Segundo EHRBAR (1999, p. 5), o EVA[®] pode ser entendido da seguinte maneira:

“Uma estrutura que empresas poderão utilizar para comunicar suas metas e realizações a investidores, e que investidores poderão utilizar para identificar empresas com perspectivas de desempenho superior.”

Muito embora pareça ser simples, a princípio, avaliar o desempenho de uma empresa, bastando olhar para a última linha de sua DRE - Demonstração de Resultado do Exercício e verificar se ela obteve lucro no período, na prática pode não ser assim.

Muitas vezes este lucro pode não ser "lucro" para os investidores, pois apesar do resultado positivo, o retorno do capital investido pode estar aquém do esperado.

O percentual desse retorno permite a todos os interessados na empresa, quer sejam administradores, acionistas, investidores ou seus próprios funcionários, avaliar se os resultados operacionais têm sido satisfatórios.

De acordo com CAETANO (1998, p. 61) o EVA[®] nada mais é do que uma comparação entre o lucro líquido da empresa e o custo total do capital empregado na empresa, considerando como capital todo o montante associado a ativos como equipamentos, propriedades, edificações, circulante, realizável em longo prazo, diferido, etc. Se o lucro líquido for maior é sinal que a empresa está agregando valor, caso contrário à empresa estará destruindo o capital investido, sendo para os investidores, mais vantajoso aplicar seus recursos no mercado financeiro, onde o retorno é superior.

É importante salientar que o EVA[®] não é algo que irá mudar os rumos da empresa por si só, simplesmente por adotá-lo, é um valor que evidenciará o grau de retorno sobre o investimento da empresa, mostrando a sua situação financeira.

O que irá realmente levar a empresa a agregar valor serão as atitudes tomadas no seu âmbito interno, visando torná-la forte financeiramente.

Agregando Valor

Como dito anteriormente, o EVA[®] por si só não mudará em nada a gestão da empresa se a administração não estiver voltada para adicionar valor à entidade, para isto foi desenvolvido uma metodologia de gerência conhecida como VBM (*Value Based Management*), ou Gerência Baseada em Valor. Este método visa identificar tudo aquilo que agrega e destrói valor dentro da entidade.

Esta metodologia não deve ser confundida com programas de redução de custos, o que

é bastante comum de se encontrar nas empresas, mesmo por que uma análise feita visando ao adicionamento de valor da entidade, pode sugerir um aumento de custos, desde que se comprove que este aumento acarretará na obtenção de lucros adicionais, decorrentes da melhor aceitação do produto por parte do consumidor, aumentando a sua utilidade.

Segundo BERNOULLI (*apud* EATON et al. 1954, p. 144) "na avaliação de negócios, as pessoas comparam não o valor monetário esperado, mas as utilidades esperadas das compensações."

O que acontece com mais frequência é que da análise de valor resultam produtos melhores, fabricados a custos mais baixos, preocupando-se também com as operações que agregam valor ao bem, buscando sempre maximizar a sua utilidade e minimizar os custos, o que difere do modelo convencional de análise de custo que objetivava apenas eliminar tudo o que fosse supérfluo e tender a rejeitar tudo que pudesse incorrer em aumento de custo do produto.

A gerência Baseada em Valor (VBM) ou Gerência voltada para criar valor deve-se preocupar com tudo aquilo que possa agregar valor ao produto oferecido pela sua empresa, pois com certeza isto também irá agregar valor a entidade, melhorando sua aceitação no mercado e aumentando seu *Goodwill*.

É claro que não é só olhar o produto, pois ele não é o único agregador de valor da empresa; investimentos para atender ao aumento da demanda, rede de distribuição, ou seja, tudo aquilo que vá levar a um melhor relacionamento da empresa com o seu consumidor irá também agregar valor à organização.

Redução de custos e gastos, aumentando assim os ganhos, sem utilizar mais capital; fazer uma reunião dos processos de despesas e custos atrelados a eles, usando menos capital; utilização criteriosa do capital para que se busque investir em projetos de alto retorno, são também algumas formas de aumentar o EVA[®], segundo BASTOS (1999, p. 71).

O EVA[®] permite que se faça um desdobramento dentro da organização, possibilitando que seja feita uma avaliação da gestão de unidades de negócios, podendo-se assim, avaliar quais as unidades que agregam valor e onde estão as falhas. Isto leva a uma gestão mais empreendedora, que buscará formas alternativas para se agregar valor a empresa.

A implementação do EVA[®] tende a criar uma maior conscientização por parte dos administradores quanto ao capital por eles gerido, levando-os a procurar aumentar o valor do negócio. Normalmente há uma busca ao encorajamento de todos os segmentos da organização a desempenharem melhor o seu trabalho, não buscando uma competitividade

interna mas sim lhes colocando como objetivo o crescimento da organização.

Assim como o EVA[®] avalia a performance da unidade, avalia por consequência o desempenho dos executivos. Algumas empresas têm um sistema de distribuição de bônus aos executivos com base na agregação de valores e há ainda aqueles em que o presidente da filial assina um contrato de performance com a matriz, comprometendo-se a gerar valor para o grupo, sendo este contrato, revisado anualmente.

CAETANO (1998, p. 62) mostra que mesmo que uma empresa apresente por dois ou mais períodos um EVA[®] negativo o seu resultado pode ser analisado como positivo, dependendo da tendência. Se houver melhora no quadro, ainda que negativo, isto pode significar que a empresa está no caminho certo.

Dificuldades à implantação do EVA[®]

Como a finalidade do EVA[®] é avaliar o desempenho, a primeira das barreiras encontrada é os próprios executivos, uma vez que serão os seus desempenhos que estarão em julgamento. Esta barreira deverá ser quebrada convencendo a todos que a implementação desta metodologia não é contrária aos interesses de todos, uma vez que todos ali estão para alcançar um objetivo maior que os individuais, ou seja, o fortalecimento da saúde financeira da entidade e que todos só terão a lucrar com isto.

Outra barreira é o desconhecimento por parte da empresa do capital investido, o que é fundamental para a implantação do EVA[®]. Muitos empresários não sabem nem quanto vale a sua empresa. Outro problema é a tentativa de se implantá-lo da noite para o dia, sem dar aos gerentes tempo para entendê-lo, reservando também pouco tempo para o treinamento.

Valor de Mercado Agregado

Outro índice que avalia a situação financeira da empresa é o MVA do inglês *Market Value Added*, ou Valor de Mercado Agregado. De acordo com CAETANO (1998, p. 61), este instrumento de avaliação de resultado emprega um princípio simples: compara o valor de mercado da empresa e o capital investido pelos acionistas. Se o resultado for positivo importa em dizer que o valor aplicado foi multiplicado.

Este método apresenta a desvantagem de que se uma crise na Bolsa desvaloriza as ações, o MVA cai também.

Para as empresas de capital fechado a obtenção do valor de mercado é conseguida através do DCF (*Discounted Cash Flow*) ou Fluxo de Caixa Descontado. Não é possível apenas se avaliar uma empresa pelo seu patrimônio.

O DCF analisa as perspectivas do futuro da empresa num período mínimo de cinco anos, avaliando os seus custos e preços, a concorrência, os seus bens intangíveis (*Goodwill*), a sua previsão de lucro líquido dentro desses cinco anos futuros e por fim aplica-se uma taxa de desconto para se trazer os valores para o presente. O resultado é quanto à empresa vale no mercado.

2.2.3 Ativos Intangíveis

Segundo MARION (1989, p. 299) os bens intangíveis são os que “não tem substância física e que sem serem abstratos, não podem ser tocados, palpados, mas podem ser comprovados”. KOHLER (*apud* IUDÍCIBUS 1987, p. 195) complementa definindo os bens intangíveis como “um ativo de capital que não tem existência física, cujo valor é limitado pelos direitos e benefícios que antecipadamente sua posse confere ao proprietário”.

Os ativos podem ser classificados em tangíveis e intangíveis. Normalmente os bens tangíveis no seu estado natural, são aqueles que representam bens que serão consumidos no futuro, tendo sua essência exaurida para os converter em vários produtos ou serviços. Por exemplo, em uma madeireira, pode-se estimar com razoável segurança por quanto tempo perdurarão as árvores sem ou com reflorestamento, numa confecção de roupas, saber-se-á o número de peças de vestuário que poderão ser produzidas. A ausência de *substância corpórea*, como define Marion acarreta em imprecisões e avaliações suscetíveis a erros. Os benefícios repercutidos pelos intangíveis são inegáveis, porém de difícil mensuração.

HENDRIKSEN (1999, p. 388) exerce uma interação ainda maior afirmando que “Diversos ativos são, estritamente falando, intangíveis. Além do conhecido *Goodwill*, a lista inclui contas a receber, despesas pagas antecipadamente e ações e obrigações mantidas como aplicações financeiras”.

As *contas a receber* citadas acima, seriam denominadas de intangíveis por serem consideradas como somente um direito que a empresa tem perante seus credores e não tem substância corpórea, como um veículo ou um imóvel, por exemplo.

Quanto a natureza de *contas a receber*, apesar de ser contabilizada, e portanto, corroborada pelas normas contábeis e pela Lei 6.404/76, não é um exemplo de ativo tangível. Nota-se, dessa forma que os ativos intangíveis estão presentes nas demonstrações contábeis, porém ainda resta uma carência no que diz respeito ao *Goodwill* para que seja considerado, auxiliando, outrossim, o processo de tomada de decisão por parte dos usuários destas.

MARTINS (1995, p. 321) transcreve que:

O item V do artigo 179 da Lei das S.A. define que , no Ativo Diferido, serão classificadas ‘as aplicações de recursos em despesas que contribuirão para a formação do resultado de mais de um exercício social, inclusive os juros pagos ou creditados aos acionistas durante o período que anteceder o início das operações sociais’.” Depois esclarece dizendo que os “ativos diferidos caracterizam-se por serem ativos intangíveis, que serão amortizados por apropriação às despesas operacionais, no período de tempo em que estiverem contribuindo para a formação do resultado da empresa.

O Diferido é composto por aplicações que beneficiam a empresa por um longo período e como se pode notar, a Lei preconiza amortizar o montante classificado neste grupo.

O *Goodwill* não se encaixa no Ativo Diferido de uma empresa pois entram nessa classificação as despesas incorridas durante o período de desenvolvimento, construção e implantação de projetos, antes do período de operação.

A função do Diferido é beneficiar a empresa que teve diversos gastos investindo os seus recursos antes de começar a operar e dessa forma tem esse valor para amortizar em seus primeiros períodos operacionais.

Uma situação monopolística também pode ser considerada como um Ativo Intangível, visto que a empresa beneficiar-se-ia de uma situação mais confortável no mercado, caracterizando uma facilidade singular, o que certamente não ocorreria em um ambiente competitivo.

Dessa forma, conclui-se que ser um intangível não é razão suficiente para que não se avalie o ativo. É tão somente uma observação para que se tenha precaução ao avaliá-lo.

O intento de abordar os bens intangíveis, em se tratando de um assunto pouco explorado, leva a algumas ambigüidades pela simples causa de não haver ainda um consenso que seja abrangente o suficiente para dirimir todos os aspectos de reconhecimento, basilando eficientemente o conceito de Ativo Intangível.

VIEIRA et al. (1994, p. 43), referenciando a importância e a grandiosidade que as marcas estão se tornando, cita o seguinte trecho de uma reportagem da revista Veja:

A Coca-Cola construiu um império vendendo água com açúcar. Outra empresa americana, a Philips Morris, dona da marca de cigarros Marlboro, montou também uma máquina de fazer

dinheiro vendendo algo ainda mais intangível: fumaça. O segredo de ambas é que a marca se tornou muito mais valiosa do que o produto. Uma recente pesquisa feita pela revista americana de negócios Financial Times chegou à conclusão de que as marcas Marlboro e Coca-Cola valem mais do que as duas empresas faturaram durante o ano passado com a venda desses produtos.

Cada parte que integra o patrimônio possui sua particularidade a respeito de avaliação. A *marca*, conforme citado acima também possui características distintas por não se tratar de algo tão objetivo quanto outros elementos patrimoniais. Não obstante, a Coca-Cola e a Marlboro agregam mais e mais valor aos seus nomes a cada dia, além do que, considerando-se as características de ativo supra, vê-se um caminho a traçar no que diz respeito a consideração do *Goodwill* como parte integrante do ativo da empresa.

2.3 Goodwill

O *Goodwill* é um ativo da empresa que não tem substância corpórea e representa diferença entre o montante (valor da empresa como um todo) e seus ativos mensurados individualmente.

Essa diferença é decorrente de outros fatores agregados aos ativos da empresa que trabalham em conjunto aumentando o valor do todo. Alguns exemplos desses fatores são: recursos humanos bem preparados; oferecimento de recursos de qualidade; boas parcerias com fornecedores e outros fatores que contribuam para uma posição favorável da organização no ambiente operacional.

VIEIRA et al. (1994, p. 42) designa o *Goodwill* no seguinte trecho:

Embora o termo GOODWILL remonte ao século XVI, ainda não se chegou a um consenso, entre os estudiosos, quanto ao conceito que efetivamente lhe cabe.

As divergências têm início na própria identificação de sua natureza. Alguns atribuem aos superlucros, assim entendido o eventual incremento de lucratividade sobre o investimento, obtido acima da média apresentada por outras empresas.

Outros o vêem como resultante de subavaliação dos ativos contabilizados, em confronto com seus valores de mercado ou de utilização. E há os que sustentam ser ele uma consequência do fenômeno da sinergia, isto é, do incremento que o conjunto organizacional apresenta sobre a soma de seus ativos individuais.

MOST (IOB, 1996; p. 30) apresenta uma síntese sobre as visões mais importantes do *Goodwill* nas suas diversas abordagens:

a) uma construção teórica: o valor presente dos resultados futuros ou a renda líquida que exceder ao retorno normal sobre o investimento;

- b) uma observação empírica: o excesso do preço pago por um negócio sobre o justo valor de mercado dos ativos que o compõem, excluído o goodwill;
- c) uma assertiva da técnica contábil: na consolidação das contas de um grupo, a parte do montante pago pela controladora para obter o controle que exceder à sua parcela dos ativos líquidos das subsidiárias.

Para KIESO (1992, p. 598) “Goodwill é o residual: o excesso de custo sobre o valor justo identificável do bem adquirido”.

O valor pago a maior por um bem com um custo inferior a esse preço pago, é a definição de *Goodwill*, de acordo com IUDÍCIBUS (1987, p. 196):

Como o excesso de preço pago pela compra de um empreendimento ou patrimônio sobre o valor de mercado de seus ativos líquidos;

Nas consolidações, como o excesso de valor pago pela companhia-mãe por sua participação sobre os ativos líquidos da subsidiária; e

Como o valor atual dos lucros futuros esperados, descontados por seus custos de oportunidade.

NETO (2001, p. 1) cita a definição encontrada na Enciclopédia Britânica:

Goodwill representa a diferença entre um negócio estabelecido bem sucedido e um que ainda tem que se estabelecer e alcançar sucesso. O preço que um comprador está disposto a pagar pelo goodwill é o preço que ele está preparado a pagar pelo direito de calçar os sapatos de seu antecessor e se apresentar como seu sucessor no negócio. O preço que deixará o vendedor de goodwill satisfeito ao recebê-lo é a compensação que ele está conforme em considerar como adequada para a cessão de uma renda igual aos futuros lucros do negócio. Os lucros futuros de qualquer negócio são, na natureza das coisas, incalculáveis.

Quanto à tradução do termo, MONOBE (1986, p. 45) afirma com propriedade que “os estudiosos, entretanto, consagram o ‘goodwill’ na sua versão original, pois como o ‘feedback’, é um termo técnico sem correspondente versão em português”.

O *Goodwill* é facilmente perceptível em todas as citações acima e, de fato, não há como refutá-las, pois todas têm sua parcela de contribuição a um conceito tão diverso no meio contábil. A resposta a definição de *Goodwill* pode não estar em apenas um dos trechos descritos, mas em uma parte de cada um. Não resta dúvidas que faz-se necessário um estudo mais profundo a fim de desmistificar o *Goodwill*.

2.3.1 A Origem

O *Goodwill*, segundo MONOBE (IOB, 1996; p. 31) originou-se em 1620. Existiam problemas de avaliação do *Goodwill* que era aplicado em decisões judiciais, ligados a terra.

De modo alheio ao entendido atualmente, MONOBE (*apud* VIEIRA et al., 1994; p. 43), cita a origem do *Goodwill* no seguinte trecho:

A propósito daquele período de escassez produtiva na literatura do *Goodwill*, Preinreich, em seu artigo ‘The Law of Goodwill’, elabora um histórico das decisões judiciais e suas tendências, iniciando-o pela primeira conhecida, datada de 1620, mostrando, por meio das decisões proferidas, a mudança gradativa que se processava no enfoque judicial sobre o assunto.

À época, o Direito se adiantou em abordar o *Goodwill* por necessidade, em decisões judiciais, casos de dissolução de sociedades, nas heranças e em casos de desavenças. Também desenvolveu seu próprio método de mensuração, calculando o valor do *Goodwill* pela média obtida nos Balanços Patrimoniais dos últimos exercícios, a critério do avaliador, multiplicada por um número definido de períodos nos quais se esperava recuperar o valor investido.

MONOBE (1986, p. 46) complementa expondo que o *Goodwill* passou a ser mais questionado a partir do surgimento das Sociedades por Ações, quando a maioria dos contabilistas centravam suas opiniões concordando que o valor apontado como *Goodwill* não deveria perdurar por muito no Balanço da empresa.

DICKSEE (*apud* MONOBE 1986, p. 48), afirma que aquele, em 1897 é tido como o pioneiro a tratar contabilmente do *Goodwill*. Seu valor seria calculado como uma diferença do lucro, após retirar o retorno normal sobre os ativos tangíveis empregados e a remuneração da administração.

Sem dúvida é um enfoque mais direcionado ao tratamento contábil, defendendo sua baixa imediata contra reservas de capital.

2.3.2 A Omissão do Goodwill Gerado

SÁ (2001, p. 1) a respeito da omissão dos Intangíveis (dentre eles, o *Goodwill*) nas Demonstrações Contábeis corrobora no seguinte trecho: “O que na prática se percebe, todavia, é a má influência legal sobre as demonstrações contábeis, assim como as deficiências de muitas normas, impedindo que a realidade, aquela defluente da efetiva potencialidade de intangíveis, possa ter evidência informativa.”

Talvez este seja o motivo principal para que o *Goodwill* ainda não tenha o seu valor impresso nas demonstrações contábeis, ou seja, talvez o excesso de Leis que regem a “boa contabilidade” e a grande objetividade existente nas normas contábeis acabem por excetuar

uma informação tão relevante quanto o *Goodwill*.

Há de se convir a reticente importância da objetividade nas demonstrações contábeis, e não é objetivo macular todo o trabalho de décadas da existência de estudos a respeito de como proceder à feitura e parametrização dessas demonstrações. A intenção é que se possa referir ao *Goodwill* como parte presente dessas.

CANIBANO, AYUSO E SÁNCHEZ (*apud* SÁ 2001, p. 1) afirmam que: “a incapacidade do modelo contábil atual para refletir corretamente o impacto dos intangíveis na situação presente e futura da empresa, deflui da razão de que as demonstrações contábeis encontram-se incapazes de refletir a imagem fiel (verdadeira e justa) da posição financeira da empresa.”

Analogamente, a própria Contabilidade acaba por se prejudicar, abstendo-se de seu objetivo básico, conforme IUDÍCIBUS (1987, p. 20), de “fornecimento de informações econômicas para os vários usuários, de forma que propiciem decisões racionais”.

Há de se entender que a Contabilidade atualmente é fruto de diversos anos de experiências e de estudos e dessa forma parece evidente levar em consideração que o evidenciado nas demonstrações é o grau máximo percorrido pela Ciência Contábil desde seu princípio. Então, o resultado que se afere no Balanço Patrimonial e nas tantas outras demonstrações consideram todos os princípios objetivando justamente um modo comum a todos os usuários e também a todos que elaboram esses demonstrativos a fim de terem uma base única. Em outras palavras trata-se aqui, principalmente, da possibilidade de comparabilidade e de objetividade das demonstrações e de fundamentos basilares da preparação daquilo que serve como base à tomada de decisão pelo usuário.

Considerando o exposto, há de se reaver o entendimento que se tem a respeito dos Princípios Contábeis a fim de considerar a possível evidenciação do *Goodwill*, questionando a rigidez em sua aplicação, porém este questionamento não está incluído no escopo do presente trabalho, além do que, seria necessária uma profunda análise de todos os Princípios a fim de verificar e evitar a todo modo, uma possível descrença nas Demonstrações Contábeis, resultado da grande abrangência obtida.

Por exemplo, pode-se questionar a respeito de que bases serviriam para o cálculo do *Goodwill*; se essas não forem alicerçadas por princípios específicos, podem fadar a inverdades, já que cada tipo de empresa poderia ter uma maneira particular para o cálculo deste valor, ou pior, cada empresa poderia acolher uma maneira distinta de cálculo inviabilizando a credibilidade do *Goodwill*. As Demonstrações perderiam parte de sua

comparabilidade, criando situação desconfortável para o usuário se esse não possuisse o referido valor.

Sem dúvidas, há de se reconhecer o valor das normas utilizadas, pois assumem importância fundamental evitando que o usuário obtenha informações errôneas ou que possam persuadir inverdades (P.ex.: Um *Goodwill* calculado dolosamente). Deve-se impetrar à Contabilidade uma forma de evidenciar o patrimônio sem omissões nem discrepâncias.

O ativo intangível, como parte integrante do ativo de uma empresa, assume significado peculiar para os relatórios e procedimentos contábeis, visto que a tomada de decisão precisa ser compreendida em bases sólidas e exatas. Desse modo, a avaliação do valor global da empresa, incluindo o intangível, precede o processo de tomada de decisão.

2.3.3 Objetividade x Relevância

A Contabilidade tem, ao longo de sua história, se prendido a medidas objetivas de valor, abstendo-se de uma informação valiosíssima, o *Goodwill*. IUDÍCIBUS (1987, p. 19) mostra propriamente que:

...os vários tipos de usuários estão mais interessados em fluxos futuros, de renda ou de caixa, do que propriamente em dados do passado. Em outras palavras, para bom número de decisões dos vários tipos de usuários, os demonstrativos financeiros somente são efetivamente importantes à medida que possam ser utilizados como instrumento de predição sobre eventos ou tendências futuras.

Dessa forma, parece razoável admitir que a Contabilidade, hoje em dia, não está apta ou não está atendendo completamente à demanda de informações requeridas pelos seus usuários.

Além das informações hoje demonstradas pela Contabilidade, que diga-se – são de utilidade e importância fundamentais – há uma carência por mais informações. Talvez, a capacidade de processamento atual, por meio da evolução da informática, tenha sofrido um incremento tão grande, que não foi possível acompanhar tal privilégio; ou então a Contabilidade esteja tão presa a sua *objetividade* que deixe de evidenciar o *Goodwill*. De qualquer maneira, a demanda por mais informações acerca da entidade e principalmente quanto a dados preditivos continua progredindo.

A esse respeito HENDRIKSEN (*apud* IUDÍCIBUS 1987, p. 19) afirma que:

Embora possa ser possível estabelecer os modelos decisórios que descrevem como os usuários realmente tomam suas decisões e qual informação desejam, este procedimento pode não levar

aos melhores resultados, porque os usuários estão limitados pela informação contábil disponível no momento ou porque eles podem não estar usando os melhores modelos ...

Posto isso, cabe à Contabilidade prover cada vez mais informação ao tomador de decisão, baseado nos dados disponíveis.

O formalismo que cerca a Contabilidade dá credibilidade por permitir que a informação seja verificada por meio de auditoria ou investigação. Uma vez que os critérios sejam idênticos ou consistentes entende-se que chegar-se-ia ao mesmo resultado fazendo uso de procedimentos diferenciados.

Mas também denota-se a importância e o momento correto do usuário ter uma informação relevante, que propicie a tomada de decisão de modo conciso e preciso. O *Goodwill* é uma informação peculiarmente imprescindível à tomada de decisão, principalmente no que tange a negociação de parte ou de toda a empresa.

Em se tratando de *Goodwill* não é fácil ter objetividade e relevância máxima por ser algo que não possui um consenso (regra geral). MONOBE (1986, p. 89) sustenta que: “O método de mensuração ideal seria aquele que produzisse resultados de relevância máxima, com um máximo de objetividade.”

Mais adiante completa:

Esse dilema surgirá sempre que se insistir em ponderar igualmente a objetividade e relevância, na avaliação de um método de mensuração, pois em realidade, apenas o custo histórico é realmente objetivo, razão porque muitos o defendem como forma de resguardar a Contabilidade de quaisquer riscos de subjetividade, enfatizando a segurança da informação, embora em detrimento completo da sua relevância.

Como pode se notar, a objetividade e a relevância andam juntas quando se trata de informação, porém a Contabilidade parece estar mais inclinada para aquela.

MONOBE (1986, p. 90) sabiamente profere que :

Se a relevância da informação é essencial para o usuário, por que oferecer-lhe apenas a objetividade de mensuração ? A segurança, na realidade, visa mais resguardar a entidade que ao usuário, portanto, faz-se necessária uma mudança na ênfase dada, privilegiando mais a relevância das informações que a objetividade, com utilização, sempre que possível, de técnicas estatísticas.

Diante do exposto, nota-se que o ideal seria ter-se uma situação que resultasse informações relevantes com objetividade no intuito de atender ao contador, ao tomador de decisões e ao usuário da informação contábil de maneira completa. Essas duas características perfazem o ideal para a Contabilidade, porém o dia a dia da Contabilidade mostra que nem sempre isso é possível devido às mais diversas variáveis inerentes à contabilização do

patrimônio e o *Goodwill* é um dos exemplos dessa dificuldade existente.

2.3.4 Goodwill, Fundo de Comércio ou Aviamento ?

No Brasil, alguns autores usam a expressão “Fundo de Comércio” para aludir o *Goodwill*, sendo que outros diferenciam os conceitos e há ainda os que consideram o termo aviamento.

LAVEIS (1993, p. 24), define como:

O Fundo de Comércio ou ‘Goodwill’ não é a diferença entre o patrimônio líquido contábil de uma empresa ou o valor de negociação desse patrimônio como um todo; mas, sim refere-se àquele algo mais que uma empresa vale acima do que valem os seus ativos líquidos, todos individualmente avaliados a preço de mercado.

A expressão portuguesa que mais se assemelha ao *Goodwill*, segundo REQUIÃO (apud VIEIRA et al. 1994, p. 43), é aviamento:

...é um fato evidente que a empresa constitui uma atividade organizada contendo vários elementos, ou o estabelecimento comercial com vários bens, e o valor corrente desse complexo é maior que a soma dos elementos isolados. Essa mais valia constitui, precisamente, o que o Direito denomina de aviamento...

REQUIÃO (1989, p. 204) ao mencionar Fundo de Comércio, afirma que “compõe o estabelecimento comercial de elementos corpóreos e incorpóreos, que o empresário comercial une para o exercício de sua atividade.”. Desse modo, nota-se a maior abrangência que existe na conceituação de Fundo de Comércio pelo autor, pois além do *Goodwill* o Fundo também compreenderia todos os valores inerentes ao complexo.

De acordo com os conceitos apreciados, pode-se distinguir diferenças bastante peculiares a cada conceito, porém todos delimitam a valoração do *Goodwill* como sendo a diferença acima do denominado justo.

Conclui-se também que a natureza do *Goodwill* é comum a maioria dos autores, considerando-o um Intangível capaz de aumentar a capacidade de geração de capital nas empresas. Dessa forma, o *Goodwill* representa determinado nível de ganhos futuros acima do que se pode assumir como normal para o ramo de negócios, ganhos originários de determinadas condições diferenciadas da empresa, como por exemplo: marcas, tecnologia de ponta, propaganda eficiente, localização geográfica estratégica, alta qualidade gerencial dos gestores, empregados qualificados, relações públicas favoráveis, legislação privilegiando o

setor em que atua a empresa, condições monopolísticas, entre outras

MARTINS (IOB 1996; p. 30), exemplifica:

Esse potencial está em atitudes que podem vir do mercado (condições monopolísticas), dos clientes (fidelidade acima do normal), da administração (capacidade gerencial acima da média), de condições geográficas (localização privilegiada), enfim, do ambiente externo em que se insere a empresa e de suas características próprias e ambiente interno, sendo possível afirmar-se que elas direcionam à empresa “resultados econômicos que de outra forma não existiriam”.

O *Goodwill* também é considerado como produto da *sinergia* existente na entidade, o *Goodwill* seria resultante da ação do trabalho em conjunto dos outros ativos existentes.

Segundo o Boletim IOB (1996; p. 26) MONOBE retrata que “o funcionamento conjunto dos ativos produz um resultado econômico maior do que a soma dos resultados que produziriam os ativos se atuassem isoladamente. O valor desse resultado econômico maior que excedesse à soma dos resultados individuais representaria o goodwill”.

Igualmente, seu valor poderia ser calculado subtraindo-se do valor da empresa como um todo e seus ativos avaliados individualmente.

Dessa maneira, o *Goodwill* não existe de maneira isolada. Apesar de ser um ativo, não tem sentido em referir-se a ele de maneira independente. Sem a presença dos outros ativos, e entenda-se a empresa como um todo, o *Goodwill* não tem sentido, muito menos valor.

Pormenorizando, CANNING (*apud* MONOBE 1986, p. 55), aludindo à quantidade de documentação existente e a definição do *Goodwill*, relata que a maior e mais interessante característica dos escritos até então é justamente a discordância e variedade de divergências encontradas.

2.3.5 Tipos de Goodwill

Para a Contabilidade, existem dois tipos de *Goodwill*, o adquirido (comprado) e o subjetivo (criado internamente). Para VIEIRA et al. (1994, p. 42), as definições são as seguintes:

- a) Goodwill adquirido, corresponde ao saldo devedor ou credor que aparece no balanço quando de fusões, incorporações ou cisões de empresas diferentes, e que a Contabilidade registra como Ágio ou Deságio de Investimentos; e
- b) Goodwill subjetivo, difusamente identificado como valorização extra dos ativos da empresa, resultado de investimentos em seu pessoal – mediante treinamento e outras formas

de valorização profissional – efeitos de gastos em propaganda e marketing, valorização do ponto de localização, e de outros fatores, nenhum deles claramente mensurável individualmente, e que, historicamente a Contabilidade tem relutado em evidenciar. Dizer que o *Goodwill* pode somente ser reconhecido ao seu preço de custo significa

entender que o mesmo só se admite quando adquirido (existem autores que defendem essa posição), e dessa forma, negar-se-ia que todo o investimento teve algum retorno, em outras palavras significa aceitar que a transformação constante a que o patrimônio das empresas está sujeito, em termos de valores, fica estagnado no tempo.

IUDÍCIBUS (1995, p. 261) a respeito da contabilização do *Goodwill*, visto como *ágio* no Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações, avia da seguinte maneira: “O conceito de *ágio* ou *deságio* aqui, não é o da diferença entre o valor pago pelas ações e seu valor nominal, mas a diferença entre o valor pago e o valor patrimonial das ações ...”. Adiante complementa: “Dessa forma, há *ágio* quando o preço de custo das ações for maior que seu valor patrimonial, e *deságio* quando for menor ...”.

O autor também aborda sobre a segregação contábil do *ágio* ou *deságio* (p. 262):

...deve-se, já na ocasião da compra, segregar na contabilidade o preço total de custo em duas subcontas distintas, ou seja, o valor da equivalência patrimonial numa subconta e o valor do *ágio* (ou *deságio*) em outra subconta.

A lei das S.A., na verdade, não abordou esse tratamento contábil especificamente; todavia, ele está de acordo com adequada técnica contábil e expresso ainda na legislação fiscal, através do art. 329 do RIR (Decreto nº 1.041, de 11-01-94), e na Instrução CVM nº 01, itens XX a XXV.

A subconta relativa ao *ágio* ou *deságio* deve figurar no próprio grupo de investimentos, sendo que a instrução CVM nº 01 estabelece que, para fins do Balanço Patrimonial, os saldos de ambas as contas devem estar agrupados no Ativo Permanente.

Observando a construção simplificada abaixo, formada pelas empresas A e B (ambas S.A. de capital aberto):

Empresa A

Ativo		Passivo	
30.000		20.000	
		P.L.	
		10.000	
Total	30.000	Total	30.000

Empresa B

Ativo		Passivo	
25.000		15.000	
		P.L.	
		10.000	
Total	25.000	Total	25.000

Na hipótese da aquisição da Empresa B pela Empresa A, a princípio perceber-se-ia o montante de 10.000 para o controle de 100% de suas ações. Porém como a Empresa B já se encontra firmada a longa data no mercado, com clientela formada, corpo de funcionários treinados, e vários outros valores que com o passar do tempo foram se agregando continuamente na empresa, é evidente que o acionista não “dará” isso ao comprador. Dessa forma, ele estipulou o preço de sua empresa em 18.000 e vê-se abaixo a nova construção do balanço simplificado da Empresa A, com destaque ao Permanente:

Empresa A

Ativo	Passivo
12.000	
Ativo Permanente	20.000
Participações Permanentes em Outras Sociedades:	
a) Avaliadas pelo método da equivalência patrimonial	
1. Valor da equivalência patrimonial..... 10.000	
2. Ágio ou deságio dos investimentos..... 8.000	
	P.L.
	10.000
Total 30.000	Total 30.000

Então, é considerado como *Goodwill* adquirido e registrado como ágio de 8.000, e será amortizado conforme a Lei.

2.3.6 Cálculo do Goodwill

Assim como o próprio *Goodwill* é polêmico e fonte de controvérsias, o seu cálculo também o é. Em sendo assim, não existem fórmulas com eficiência máxima comprovada, e da mesma forma, não há como contestar completamente o funcionamento de alguma das fórmulas existentes.

A forma de cálculo está relacionada a que tipo de empreendimento se está referindo. A experiência, profissionalismo e competência do avaliador são preponderantes numa avaliação precisa e racional.

O valor do *Goodwill* representa, em qualquer das abordagens efetuadas, como o valor presente de um benefício que ainda não existe. É como calcular quanto se terá de lucro tomando-se por base os Ativos presentes da empresa.

MARTINS (IOB, 1996, p. 25) afirma que “economicamente não existe sentido na definição de goodwill a não ser que entendido como resíduo de algo difícil ou impossível de ser melhor identificado na prática”. Em outras palavras, quer dizer que não existe muita utilidade em conhecer o valor do *Goodwill* se se consegue precisá-lo (onde o *Goodwill* está incluso). Se assim o fosse, seria mais prático alocar o valor do benefício obtido com os ativos em suas respectivas contas e dessa forma, distribuir o valor do *Goodwill* de cada ativo.

SÁ (2001, p. 1) estabelece sabiamente que:

...a aplicação de uma fórmula genérica seria injusta, pois, variam as condições sob as quais devemos considerar o assunto.

Temerário também seria tomar apenas os dados da escrita contábil sem um exame do comportamento da atividade...

Adiante complementa:

Na prática sabemos que os valores imateriais quase sempre são resultados de acordos entre as partes, mas, tecnicamente seria omissão aceitar-se tal posição sem que se apresentasse uma solução.

Seguem algumas formas de cálculo do *Goodwill*, referenciadas por MONOBE (1986, p. 66):

1º Método – Avaliação Baseada no Lucro Líquido e Fator Multiplicativo

Entre os preconizadores mais antigos dessa forma de avaliação estavam Francis More, Lawrence R. Dicksee, Edwin Guthrie e o Método de Nova Iorque, cujas formulações pouco diferiam entre si, conforme exemplos numéricos apresentados por Carsberg, alguns dos quais estão transcritos abaixo:

a. LAWRENCE R. DICKSEE

Lucro Líquido	23.500,
(-) Remuneração Administração.....	500,
Juros sobre Capital Imobilizado em Ativos Tangíveis: 8% a.a. de 100.000	<u>8.000,</u> <u>8.500,</u>
(=) Lucro Líquido Ajustado.....	15.000,
(x) Fator Multiplicativo de acordo com cada caso ..	<u>4</u>
(=) Valor do Goodwill	60.000

Algebricamente a formulação poderia ser expressa como segue:

$$G = (LL - RA - i.AT) . F$$

onde: G.....Valor do Goodwill

LL.....Lucro Líquido

RA.....Remuneração da Administração

i.....Taxa de Juros Aplicáveis ao Capital Imobilizado em Ativos Tangíveis

F.....Fator Multiplicativo para Obtenção do Goodwill (A experiência, profissionalismo e competência do avaliador são preponderantes na determinação deste fator)

b. MÉTODO DE NOVA IORQUE

Lucro Líquido (média 5 anos)	20.500,
(-) Remuneração da Administração.....	500,
Juros sobre Capital imobilizado em Ativos Tangíveis: 6% a.a. de 100.000	<u>6.000,</u> <u>6.500,</u>
(=) Lucro Líquido Ajustado.....	14.000,
(x) Fator Multiplicativo de acordo com cada caso ..	<u>4</u>
(=) Valor do Goodwill	56.000,

Praticamente não difere do “modelo” de Dicksee, exceto pelo Lucro Líquido que passa a ser a média dos 5 últimos anos.

2º Método – Monobe

MONOBE (1986, p. 139) considera o Goodwill pela diferença entre o valor presente dos lucros futuros projetados para a empresa e seu patrimônio líquido em valores econômicos.

A fórmula proposta por Monobe pode ser expressada da seguinte maneira:

$$G = \sum_{t=1}^n \frac{LL_t - PLE_t}{(1 + i)^t}$$

onde: G = Goodwill;

LL_t = Lucro líquido no período t;

PLE_t = Patrimônio Líquido em valores econômicos no final do período t;

i = Taxa de desconto (custo de oportunidade) correspondente à remuneração do empreendimento.

Dessa forma, o valor do *Goodwill* está representado pelo período de tempo de 1 a n, pela diferença entre o lucro líquido estimado (LL_t) e o patrimônio líquido econômico estimado (PLE_t) descontados pela taxa de juros (i).

3º Método – Método de JOHNSON E KRIEGNAM

Segundo JOHNSON E KRIEGNAM (*apud* VIEIRA et al. 1994, p.46) o Goodwill é o valor total dos lucros médios que excede o lucro médio normal para determinado setor de atividade econômica.

Exemplo:

1) O valor justo para os ativos líquidos é de \$ 80.000 e o lucro médio anual da empresa de \$ 10.000. A divisão entre os dois valores citados, obtém-se o lucro médio anual normal.

= Valor justo para os ativos líquidos / Lucro médio anual da empresa =

= \$ 80.000 / \$ 10.000 = \$ 8.000

Lucro médio anual normal = \$ 8.000.

2) O valor do lucro médio anual acima do normal é obtido pela diferença entre o lucro médio anual da empresa com o valor do lucro médio anual normal.

$$= \text{lucro médio anual da empresa} - \text{valor do lucro médio anual normal} = \\ = \$ 10.000 - \$ 8.000 = \$ 2.000$$

Lucro médio anual acima do normal = \$ 2.000

3) Multiplicando o lucro médio anual acima do normal calculado acima, pelo número de anos que se espera o lucro chega-se ao valor do goodwill.

$$= \text{lucro médio anual acima do normal} * \text{número de anos que se espera o lucro} = \\ = \$ 2.000 * 3 \text{ anos} = \$ 6.000$$

Goodwill = \$ 6.000

(Este método não considera a modificação do valor do dinheiro no tempo).

4º Método – Método de EDUARDS e BELL

EDUARDS e BELL (*apud* IUDÍCIBUS 1987, p. 107) consagram outra forma para o cálculo, como se verifica no exemplo a seguir:

Após ter analisado várias alternativas, o empresário opta pela compra de uma máquina. Assim, escolheu determinada estrutura patrimonial entre as várias possíveis. Vamos supor que as receitas líquidas esperadas no fim de cada ano obedeçam a seguinte ordem:

Primeiro ano	\$ 500.000,00
Segundo ano	\$ 800.000,00
Terceiro ano	\$ 350.000,00
Quarto ano	\$ 220.000,00

O valor de aquisição é de \$ 1.500.000,00 e espera-se vender a máquina no fim de sua vida útil (no fim do quarto ano) por \$ 300.000,00. O plano não prevê reposição de fatores e extingue-se no fim do quarto ano. A taxa adequada de desconto escolhida foi de 12% a.a.

O valor subjetivo da máquina, dado pelo valor atual das receitas líquidas futuras é:

$$VS = \frac{\$ 500.000,00}{1,12} + \frac{\$ 800.000,00}{(1,12)^2} + \frac{\$ 350.000,00}{(1,12)^3} + \frac{\$ 520.000,00}{(1,12)^4}$$

$$VS \cong \$ 446.428,57 + \$ 637.755,10 + \$ 249.123,08 + \$ 330.469,41$$

$$VS \cong \$ 1.663.776,00$$

Nota-se que o valor subjetivo no momento *zero* é superior ao valor de aquisição do equipamento, o qual, em caso contrário, não seria adquirido, dada a taxa de retorno desejada de 12% a.a. Essa taxa, como vimos, é a taxa de retorno desejada sobre o investimento e não a taxa interna de retorno. A última seria aquela taxa que igualaria o valor atual dos fluxos futuros ao custo do investimento e, obviamente, no caso, seria maior do que 12%.

Estamos em condições de definir o *goodwill* ou, mais precisamente, o “*goodwill* subjetivo” (GS) no momento zero, que será a diferença entre VS e o custo do investimento ou o valor atual líquido.

Assim,

$$GS = \$ 1.663.776,00 - \$ 1.500.000,00 = \$ 163.776,00$$

2.3.7 Reconhecimento e Contabilização

VIEIRA et al. (1994, p. 42) escreve propriamente que “...não obstante as dificuldades resultantes da subjetividade de que se reveste, o Goodwill deveria ser mantido como ativo, sendo seu valor ajustado a cada exercício, com aumentos ou deduções, em função de novas expectativas de geração de resultados”.

Somente porque algo que corrobora com o incremento de capital não possui uma forma palpável, não basta para que seu reconhecimento seja inexequível porque falta-lhe objetividade. SÁ (2001, p. 1), a esse respeito profere que “Não aceito a afirmativa de que se devem excluir os valores dos elementos imateriais porque são de incerta fixação, porque, isto, é reconhecer a incapacidade técnica de considerar as

questões em relação às potencialidades patrimoniais”.

Há de se encontrar meios ponderados e prudentes a fim de tornar possível sua avaliação e reconhecimento.

Todas as companhias desenvolvem *Goodwill*. Por exemplo, empregados de todos os níveis são parte integrante de uma companhia. Eles são um componente essencial na utilização dos recursos da empresa e esse produto compõe o *Goodwill* da companhia. Dessa maneira, pode-se concluir que é possível se investir em algo intangível, como a *educação dos funcionários*. A empresa poderia inclusive auferir lucros maiores com este investimento do que se o fizesse em outra aplicação qualquer, visto que os funcionários ofereceriam taxas maiores de produtividade, principalmente pelo aprendizado obtido com o treinamento ou curso oferecido, sem referir ao fator psicológico. Nem por isso, os valores constariam das demonstrações da empresa como investimento e sim como custo/despesa.

Outro exemplo é uma companhia que tem uma localização geográfica vantajosa pois as fontes de suas matérias-primas podem estar mais próximas, ou menor distância de seus maiores clientes. Cada uma dessas características contribui para o aumento do *Goodwill*. Tal vantagem geográfica pode permitir a companhia auferir uma renda maior visto que o mercado consumidor se sente mais a vontade com tal benefício e, sem dúvidas, isso é inerente ao *Goodwill*.

HORNGREN (1985, p. 417) define *Goodwill* como “o excesso do custo de uma empresa adquirida sobre a soma dos valores de mercado de cada um dos seus ativos identificáveis menos o passivo exigível.”.

Nesse caso, o valor definível como *Goodwill* poderia ser obtido subtraindo-se a soma remunerada pela transação com aquele valor que seria auferido com a venda de todos os bens da empresa vendidos separadamente a preço de mercado, excetuando-se o valor das obrigações desta. Outrossim conseguir-se-ia o valor do *Goodwill* somente com uma subtração.

O valor do *Goodwill* é constituído por diversos fatores, entre outros, a fatia de mercado conquistada, o ponto que possui ou que criou, a organização interna e a qualidade dos funcionários, o investimento feito a nível de pessoal, o investimento em publicidade, marketing, etc. Todos esses fatores traduzem-se em expectativa de lucros futuros para a empresa

Como sabido, o balanço não inclui recursos relativos a tais intangíveis internamente desenvolvidos, como qualidade e recursos humanos. Essa talvez seja uma das maiores limitações da Contabilidade, quando se faz alusão ao *Goodwill*. Ora, o *Goodwill* que é criado

internamente na empresa, é fruto de investimentos, de treinamento e tantos outros fatores oriundos do trabalho, ele deveria ser integrante das Demonstrações Contábeis. Explicitando, todo o sacrifício e investimentos feitos para aumentar o padrão de qualidade dentro da empresa, bem como os treinamentos nos diversos setores deveriam ser evidenciados. Quanto à esse *Goodwill* formado internamente, fica clara a preocupação da Contabilidade quanto à objetividade, não o considerando.

Mais uma vez, MONOBE (1996, p. 28) destaca a importância do reconhecimento do *Goodwill* para a Contabilidade, “a discussão em torno do melhor tratamento contábil do *Goodwill* adquirido leva sempre à necessidade de reconhecimento do *Goodwill* não adquirido”.

Duas características principais distinguem um intangível dos corpóreos, ou seja, o *Goodwill* e os bens tangíveis. Primeiro, é considerado que eles são inidentificáveis porque eles não podem ser separados dos recursos que os originaram. Por exemplo, não podem ser vendidos os empregados da companhia a outra companhia, e a localização geográfica não pode ser vendida sem que se venda os outros recursos da companhia. Segundo, medir o valor deste intangível é muito difícil e menos fidedigno a medir o valor de bens tangíveis.

O *Goodwill* adquirido deve ser reconhecido pela Contabilidade somente por duas formas, segundo o Boletim IOB (1996, p. 28). Pela aquisição da própria empresa e/ou por meio de uma fusão, pois ele (O *Goodwill*) somente é reconhecido através de uma operação de compra, onde há uma diferença verificável entre o valor negociado e o valor justo dos ativos. Esse *valor justo* é o valor suficiente para a aquisição de cada ativo separadamente.

Quando há essa diferença, diz-se que existe *Goodwill* e quando essa diferença é negativa, diz-se que ocorre um *Goodwill* negativo (ou *Badwill*) que, conforme HENDRIKSEN e VAN BREDA (1992, p. 154):

se uma empresa vale menos do que o total de seus ativos vendidos individualmente, o proprietário certamente venderia os ativos separadamente em vez de vender a empresa como um todo. Este argumento sugere que o valor real dos ativos identificados é menor que o pretendido. Uma resposta apropriada seria a alocação do valor líquido da empresa aos ativos identificados de forma que eles apresentassem números menores.

No Brasil, segundo IUDÍCIBUS et al. (1995, p. 262) o *Goodwill* é considerado como ágio ou deságio, “... há ágio quando o preço de custo das ações for maior que seu valor patrimonial, e deságio quando for menor...”.

Mais adiante IUDÍCIBUS completa:

Ao comprar ações de uma empresa que serão avaliadas pelo método da equivalência patrimonial, deve-se, já na ocasião da compra, segregar na contabilidade o preço total de custo em duas subcontas distintas, ou seja, o valor da equivalência patrimonial numa subconta e o valor do ágio (ou deságio) em outra subconta.

Desta forma o *Goodwill* na forma de ágio seria tão somente amortizado até a exaustão dessa conta no Balanço Patrimonial.

SÁ (2001, p. 1) afirma que:

O mal, nos critérios de avaliação, aceitos comumente, tem sido o da visão apenas financeira ou, então, aquela estritamente legal; ambas, entretanto, não são as que prevalecem nos negócios, nem nas gestões de funcionamento, quando se transacionam empresas em fusões, incorporações, cisões, cessões de comandos, associações etc.

Os ativos intangíveis têm sido vítimas ou de excessos de rigores em seus cálculos ou de um repúdio radical para que não se insiram os mesmos nas demonstrações contábeis.

Tal extremismo prejudica, substancialmente, a qualidade doutrinária na evolução das matérias e, também, termina por ofuscar a realidade .

De acordo com o exposto, presencia-se claramente a ausência do *Goodwill* nas demonstrações contábeis, principalmente quando se tem em mente a tomada de decisão e o fornecimento de informação relevante ao usuário destas. Não se trata aqui de apenas mais uma conta, de mais um saldo que se precisa controlar e sim muitas vezes é o valor mais importante na gestão administrativa e gerencial estratégica da empresa. A cautela que sempre tem que se ter em mente apesar disso, é a confiabilidade da informação.

É inegável que o *Goodwill* representa um valor relevante, mas talvez mais importante seja a fidedignidade rotulada pela Contabilidade nas demonstrações. Se o *Goodwill* não está presente ainda no balanço, não é porque ele não tem as características de ativo e sim porque falta-lhe uma base confiável para seu cálculo.

3. CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

Não restam dúvidas que o reconhecimento e a contabilização do *Goodwill* criado só vêm a engrandecer a Contabilidade e auxiliá-la a cumprir cada vez mais seu objetivo de manter bem informado o usuário da informação contábil de qualidade e abranger ao máximo as minudências a respeito do patrimônio das entidades.

Atualmente não cabe mais à Contabilidade prover dados de caráter informativo, e sim passar a vislumbrar, também, todos os fatores passíveis de serem previstos. Seja por intermédio de estimativas ou inferências, o Contador, como possuidor da informação, tem obrigação de atender a necessidade cada vez mais abrangente e sintética do usuário. A informação a ser repassada precisa atingir a exigência de cada usuário sem abstrair-se de sua função principal.

A qualidade e prontidão da informação são o caminho ininterrupto em busca de um produto ou serviço que atenda perfeitamente e de forma confiável, segura e barata às necessidades do usuário da informação.

O domínio da informação, desde os primórdios onde a Contabilidade era conhecida como a *Arte da Escrituração Mercantil*, sempre foi característica imprescindível. Decididamente hoje não é diferente, porém frente à atual conjuntura econômica global, há uma fundamental importância na prontidão e completeza das informações contábeis.

Encapsulado neste âmago encontra-se a Contabilidade, centrada em uma teia de informações que precisam de ser filtradas e analisadas.

Pouco valimento há em informações sem que haja alguém capacitado e concentrado na análise destas, analogamente não há possibilidade de análise sem a preliminar existência de dados confiáveis (objetivos).

Conforme as empresas se aprimoram, os relatórios e a informação contida nestes devem estar associados à necessidade presente, conferindo desta maneira os requisitos

inerentes à totalidade do patrimônio, incluindo o *Goodwill* como informação essencial ao perfeito gerenciamento da empresa.

Todavia, deve-se ressaltar que a Contabilidade Gerencial pode e deve mensurar o *Goodwill*; já para fins externos, permitir que cada contador estipule procedimentos individuais para mensurar uma tendência seria imprudente, pois se teria um leque muito abrangente de formas para o cálculo do *Goodwill*, buscando refletir a necessidade particular de cada empresa. Felizmente a esse respeito, o IASC impede a possibilidade, abordando a questão de *bases confiáveis* como prerrogativa para seu registro no ativo.

Por certo, este trabalho não atende a maioria dos anseios a respeito do *Goodwill*, tampouco há esta presunção, a intenção primordial é uma forma de manter avivada a importância e a possível superioridade da informação contábil, e portanto, do próprio profissional Contador em seu papel de instigador de tudo que se refere ao patrimônio das entidades.

Este estudo acadêmico teve também, como desígnio intrínseco, a constatação de que toda e qualquer empresa atual que queira permanecer no mercado de forma promissora, invariavelmente deverá investir solidamente no campo da informação, sob pena de predestinar a empresa ao mais profundo e irreversível fracasso, uma vez que a qualidade e a agilidade dos serviços obtidos, são de caráter primordial, vital, e inquestionável.

4. BIBLIOGRAFIA

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **Sumário**, NBR 6027. Rio de Janeiro, 1989.

_____. **Referências bibliográficas**, NBR 6023. Rio de Janeiro, 1989.

BASTOS, Norton Torres. **Avaliação de desempenho de bancos brasileiros baseada em criação de valor econômico**. Revista de Administração, São Paulo, v. 34, n. 3, p. 68-73, jul/set. 1999.

CAETANO, José R. **Sua empresa cria ou destrói riqueza?** Revista Exame, v. 32, n. 19, p. 162, set./ 1998.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia Científica**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 1983.

EATON, B. Curtis; EATON, Diane F. **Microeconomia**, São Paulo: Saraiva, 1999.

EHRBAR, Al. **EVA: Valor Econômico Agregado: a verdadeira chave para criação de riqueza**, Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

GALLIANO, A. Guilherme. **O método científico : Teoria e Prática**. São Paulo: Hamburg, 1979.

GONEZ, Maria T. **Quanto vale sua empresa?** Revista Exame, v. 30, n. 14, p. 52-54, jul./1996.

HENDRIKSEN, Eldon S; VAN BREDA, Michael F. **Accounting theory**. 5th ed. Burr Ridge, Illinois: Irwin, 1992.

HENDRIKSEN, Eldon S; VAN BREDA, Michael F. **Teoria da Contabilidade**, tradução de Antonio Zoratto Sanvicente, São Paulo: Atlas, 1999.

HORNGREN, Charles T. **Introdução à contabilidade gerencial**. 5.ed. Rio de Janeiro: Prentice-Hall, 1985.

IASC (International Accounting Standard Committee). **Framework for the preparation and presentation of financial statements**. In International accounting standard. London (United Kindom), 1996.

_____. International accounting standard IAS 22 (revised 1998). **Business combinations**. London (United Kindom), 1998.

_____. International accounting standard IAS 38 (revised 1998). **Intangible assets**. London (United Kindom), 1998.

IBRACON – Instituto Brasileiro de Contadores. **Normas Internacionais de Contabilidade – Textos completos das Normas Internacionais de Contabilidade vigentes em 1997 e da norma revisada NIC 12 em vigor a partir de 1º de janeiro de 1998**. São Paulo, 1998

IOB – Informações Objetivas. **Goodwill (Fundo de Comércio) – Um campo fértil para o avanço da contabilidade**. Boletim Temática Contábil e Balanços, n. 3, 1996.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1987.

____; MARTINS, Eliseu; GELBECKE, Ernesto Rubens. **Manual de contabilidade das sociedades por ações: Aplicável também às demais sociedades**. 4. ed. rev e atual. São Paulo: Atlas, 1995.

KIESO, Donal E.; WEIGANDT, Jerry J. **Intermediate Accounting**. 7 ed. New York: Wiley, 1992.

LAVIES, Arthur João. **Fundo de Comércio: Critérios de Avaliação**. Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, v.22, n.74, jul./set. 1993.

Lei 6.404, de 15 de dezembro de 1976. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.

MARION, José Carlos. **Contabilidade Empresarial**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1989.

MELLAGI FILHO, Armando. **Mercado financeiro e de capitais: uma introdução**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

MONOBE, Massanori. **Contribuição à mensuração e contabilização do goodwill não adquirido**. Tese de Doutorado (Contabilidade e Atuaria) FEA/USP, São Paulo: 1986.

NETO, Humberto Casagrande. **Abertura do Capital das empresas no Brasil: um enfoque prático**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1989.

NETO, Francisco Maia. **Critérios para determinação do “Goodwill Value”**, <http://www.precisao.eng.br>, março 2001.

REQUIÃO, Rubens. **Curso de Direito Comercial**. São Paulo: Saraiva, 1989.

REVISTA EXAME. **Quanto Vale a sua Empresa?** 03 de julho de 1996; p. 52 a 54.

SÁ, Antônio Lopes de. **Ativo Intangível e Potencialidades dos Capitais**, <http://www.lopesdesa.com>, março 2001.

SÁ, Antônio Lopes de. **O Fundo de Comércio Imaterial das Sociedades de Prestação de Serviços Profissionais**, <http://www.lopesdesa.com>, março 2001.

SALOMON, Dêlcio Vieira. **Como fazer uma monografia : elementos de metodologia do trabalho científico**. 4. ed. Belo Horizonte: Interlivros, 1974.

VIEIRA, et al. **Goodwill**. Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul. V. 23, n.77, p. 42-50, abr-jun, 1994.